

ปากกา BIC จลองยอดขายสดใส ระดมพลังเสาะหา ลายมือทั่วโลกเพื่อสร้างตัวอักษรสากลเพียงหนึ่งเดีย ว

อัมสเตอร์ดัม และ ดุสเซลดอร์ฟ, เยอรมนี-9 มิ.ย.-พีอาร์นิวส์ไวร์ / อินโฟเควสท์

BIC ได้เริ่มระดมพลังเสาะหาผลงานและข้อมูลลายมือแบบดิจิทัลจากทั่วทุกมุมโลกเพื่อรวบรวมให้อยู่ในรูปแบบตัวอักษรเพียงหนึ่งเดียว โดยการทดลอง Universal Typeface ครั้งนี้มีขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองให้แก่ปากกาลูกกลิ้ง BIC Cristal ซึ่งมียอดขายกว่า 1 แสนล้านแท่งนับตั้งแต่ที่ได้มีการผลิตขึ้นมาในปี 2493

Universal Typeface Experiment โดย BIC ถือเป็นครั้งแรกที่ได้มีการเปิดโอกาสให้ใครก็ตามได้ลองรวบรวมผลงานการคัดลายมือและข้อมูลประชากรศาสตร์จากทั่วทุกมุมโลก เพื่อนำไปสู่แบบตัวอักษรหรือชุดตัวอักษรเพียงหนึ่งเดียว ด้วยการคิดค้นแผนการโดยสำนักงาน DDB ในดุสเซลดอร์ฟและการผลิตโดย MediaMonks ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตผลงานสร้างสรรค์ด้านดิจิทัล

ปากกาลูกกลิ้ง Cristal ของ BIC เป็นปากกาที่ขายดีที่สุดเป็นประวัติการณ์และได้รับการขนานนามว่าเป็น “ปากกาสากล” ความท้าทายของโครงการนี้คือ การคงลายมือของผู้ใช้จากทั่วโลกให้เป็นอมตะในรูปของชุดตัวอักษรดิจิทัลที่ทุกคนสามารถแบ่งปันกันได้ ซึ่งสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องในขณะที่มีผลงานใหม่ๆเพิ่มเข้ามา ที่แพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้ใช้สามารถส่งลายมือของตนเองโดยใช้เทคโนโลยี Mobile Connect เปิดทางให้ผู้ใช้สามารถเขียนบนหน้าจอสัมผัสของสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตได้โดยไม่พินิจชนชาติ พร้อมกับแสดงผลงานของตนเองบนหน้าจอเดสก์ท็อปที่ใหญ่กว่า

เว็บไซต์ดังกล่าวนี้ยังประกอบด้วยหมวดการสำรวจที่มีความสามารถหลากหลาย ซึ่งถือเป็นการเปิดทางให้ผู้ใช้สามารถเปรียบเทียบผลงานของตนเองกับค่าเฉลี่ยสากล ผู้ใช้ยังสามารถตรวจสอบความแตกต่างและความเหมือนเชิงสถิติระหว่างผลงานของตนเองและค่าเฉลี่ยของผลงานของกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ซึ่งแบ่งกลุ่มตามอายุ เพศ อาชีพ และลักษณะเฉพาะอื่นๆ เพื่อให้ทั้งหมดเหล่านี้เกิดขึ้นจริง จึงมีการสร้างชุดคำสั่งพิเศษเฉพาะตัวออก

มาเพื่อผสมผสานข้อมูลทั้งหมดที่ถูกป้อนเข้ามาและรวบรวมเป็นผลลัพธ์ ซึ่งก็คือ Universal Typeface

แจน โพรแพช ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ของ DDB Dusseldorf กล่าวว่า “ลายมือของเราถือเป็นทรัพย์สินหนึ่งที่เป็นส่วนตัวที่สุด จากการที่ BIC ได้ผลิตหนึ่งในเครื่องมือการเขียนที่มีความเป็นสากลที่สุดและมีผู้คนนับพันล้านที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของพวกเขา คำถามแรกคือ: ถ้าอย่างนั้นลายมือที่เป็นสากลที่สุดในโลกจะมีหน้าตาเป็นอย่างไร การทดลองครั้งนี้เปิดทางให้เราได้สำรวจและทดลองให้แก่ปากกาที่เราต่างรู้จักและใช้มัน”

จอร์จ โพล ผู้อำนวยการฝ่ายโครงการระหว่างประเทศ MediaMonks กล่าวว่า “เพื่อที่จะทำให้ Universal Typeface เป็นตัวแทนของผลงานที่ส่งมาทั้งหมดได้ดีที่สุด และเป็นตัวแทนสำหรับแบบอักษรที่สามารถอ่านออกได้ MediaMonks จึงพัฒนาชุดคำสั่งที่มีความละเอียดซึ่งสนับสนุนการทดลองในแบบดิจิทัล โอกาสที่ทีมงานออกแบบและพัฒนาได้รับ คือ การรวมความสร้างสรรค์และเทคโนโลยีให้เป็นหนึ่งเดียวในโครงการนี้ ด้วยการเชื่อมโยงโลกแห่งการเขียนแบบอนาล็อกและดิจิทัลนั้น ถือเป็นเกียรติอย่างแท้จริง”

เดนนิส เมย์ กรรมการผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ของ DDB Dusseldorf กล่าวว่า “สิ่งที่สืบทอดกันมาของ DDB จะยังคงเกี่ยวพันกับแนวคิดที่เชื่อมโยงผู้คนอย่างแท้จริง ที่คือสาเหตุที่เราตื่นเต้นไปกับ Universal Typeface เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเราใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อพัฒนาให้สิ่งที่สืบทอดกันมาได้มีชีวิตในรูปแบบใหม่”

ในเดือนสิงหาคมนี้ Universal Typeface เวอร์ชันแรกจะเปิดให้ดาวน์โหลดและใช้งานได้เหมือนกับชุดตัวอักษรทั่วไปอื่นๆ

เกี่ยวกับ DDB

DDB Worldwide (www.ddb.com) เป็นหนึ่งในเครือข่ายด้านการตลาดและการโฆษณาที่ใหญ่ที่สุดและได้รับรางวัลมากที่สุดในโลก เมื่อปี 2555 DDB ได้รับรางวัล Advertising Network of the Year โดย “Campaign” รวมถึงได้รับการเสนอชื่อชิง Agency of the Year and Digital Agency of the Year โดยนิตยสาร “Strategy” ในงาน Cannes International Festival of Creativity ปี 2556 อันทรงเกียรติ DDB คว้ารางวัล Lions 93 รางวัล ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ได้รางวัลมากที่สุด นอกจากนี้ The Gunn Report ยังใส่ชื่อ DDB ลงในหนึ่งในเครือข่ายระดับโลก 3 ลำดับแรกใน 12 จาก 15 ปีล่าสุด ลูกค้าของ DDB ได้แก่ Volkswagen, McDonald’s, Unilever, Mars, Johnson & Johnson, Exxon Mobil และอื่นๆ

DDB ก่อตั้งขึ้นในปี 2492 โดยเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท Omnicom Group (NYSE) และมีสำนักงานมากกว่า 200 แห่งในมากกว่า 90 ประเทศ โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่นิวยอร์ก

เกี่ยวกับ Omnicom Group Inc.

Omnicom Group Inc. (NYSE: OMC) เป็นบริษัทผู้ให้บริการชั้นนำด้านการตลาดระดับโลกและการสื่อสารภายในองค์กร กลุ่มเครือข่ายและบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางจำนวนมากของ Omnicom ซึ่งให้บริการด้านการโฆษณา, การวางแผนและการซื้อสื่อเชิงกลยุทธ์, การทำการตลาดด้วยสื่อดิจิทัลและสื่อเชิงโต้ตอบ, การทำการตลาดทางตรงและการส่งเสริมการขาย, การประชาสัมพันธ์และบริการด้านการสื่อสารเฉพาะทางอื่นๆ แก่ลูกค้ากว่า 5,000 รายในกว่า 100 ประเทศทั่วโลก

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Omnicom และแบรนด์ต่างๆ กรุณาเข้าชม www.omnicomgroup.com

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม:

มาร์ตา ทอมซัค, FinchFactor

อีเมล: marta@finchfactor.com

โทร. +0031-(0)20-794-4733

ซารา คอสกรอฟ, DDB Europe

อีเมล: sara.cosgrove@ddb-europe.com

โทร. +44-(0)-20-7258-4230